

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
MERCHANDISE YANG DIJUAL DALAM PESAWAT**



**Helda Wahyurizki
(1708817038)**

Tesis yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Magister

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI MERCHANDISE YANG DIJUAL DALAM PESAWAT

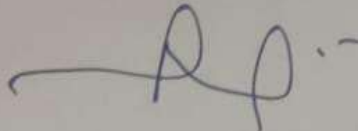
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, nama merek, pengaruh sosial dan kepuasan terhadap niat beli *merchandise* yang dijual dalam pesawat pada pengguna jasa transportasi udara baik domestic ataupun luar negeri. Penelitian ini menggunakan Teknik accidental sampling yang dilakukan terhadap 201 sampel dari pengguna jasa transportasi udara domestik ataupun luar negeri tahun 2019. Metode yang dilakukan adalah kuesioner dan wawancara. Dengan menggunakan alat statistic SEM Amos 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sikap, nama merek, pengaruh sosial dan kepuasan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel niat beli. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya faktor-faktor internal dan eksternal dari seorang pelanggan akan mempengaruhi pula niat beli pelanggan tersebut terhadap sebuah *merchandise*.

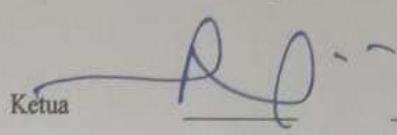

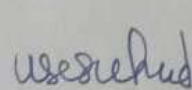
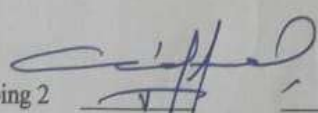


Kata kunci: Sikap, nama merek, pengaruh sosial, kepuasan dan niat beli.

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, M.Pd
NIP : 19720715 200112 1 001

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Ari Saptono, M.Pd NIP 19720715 200112 1 001	Ketua		_____
2.	Dr. Agung Wahyu Handaru ST,MM NIP 19781127 200604 1 001	Sekretaris		_____
3.	Usep Suhud, M.Si., Ph. D.	Pembimbing 1		11/2/20
4.	Dr. Unggul Purwohedji, SE., M.Si., Ph. D	Pembimbing 2		_____
5.	Dr. Osly Usman, M.Bus	Penguji 1		_____
6.	Dr. Budi Santoso, MM	Penguji 2		14/2/20

Nama : Helda Wahyurizki

No, Registrasi : 1708817038

Tanggal Lulus : 06 Februari 2020

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tesis yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jakarta, Februari 2020



Helda Wahyurizki

1708817038



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Helda Wahyurizki
NIM : 1708817038
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Magister Manajemen
Alamat email : heldawr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Skripsi ☒ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli *Merchandise* yang dijual dalam Pesawat.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Februari 2020

Penulis

(Helda Wahyurizki)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tesis tepat pada waktunya. Penulisan proposal tesis ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Magister (S2) pada Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan judul “Faktor - faktor yang mempengaruhi niat beli *merchandise* yang dijual dalam pesawat.” Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini baik secara moril maupun materiil, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Agung Wahyu Handaru ST.,MM. selaku kepala program studi Magister Manajemen FE UNJ;
2. Bapak Usep Suhud M.Si.,Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan banyak sekali ide dan arahan untuk kelancaran penelitian ini.
3. Bapak Dr. Unggul Purwohedi SE., M.Si. Ph.D selaku Dosen Pembimbing II, Terima kasih atas bimbingan dan waktunya selama penyusunan skripsi,
4. Seluruh Dosen Universitas Negeri Jakarta khususnya Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan membantu dari awal perkuliahan hingga saat ini.
5. Yang tercinta Bapak dan Mamak yang tak pernah lelah memberikan kasih sayang, dukungan moral dan materiil yang tiada henti kepada penulis.
6. Teman – teman Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta Angkatan 14, Penulis mengucapkan terimakasih atas kerja sama dalam suka duka,

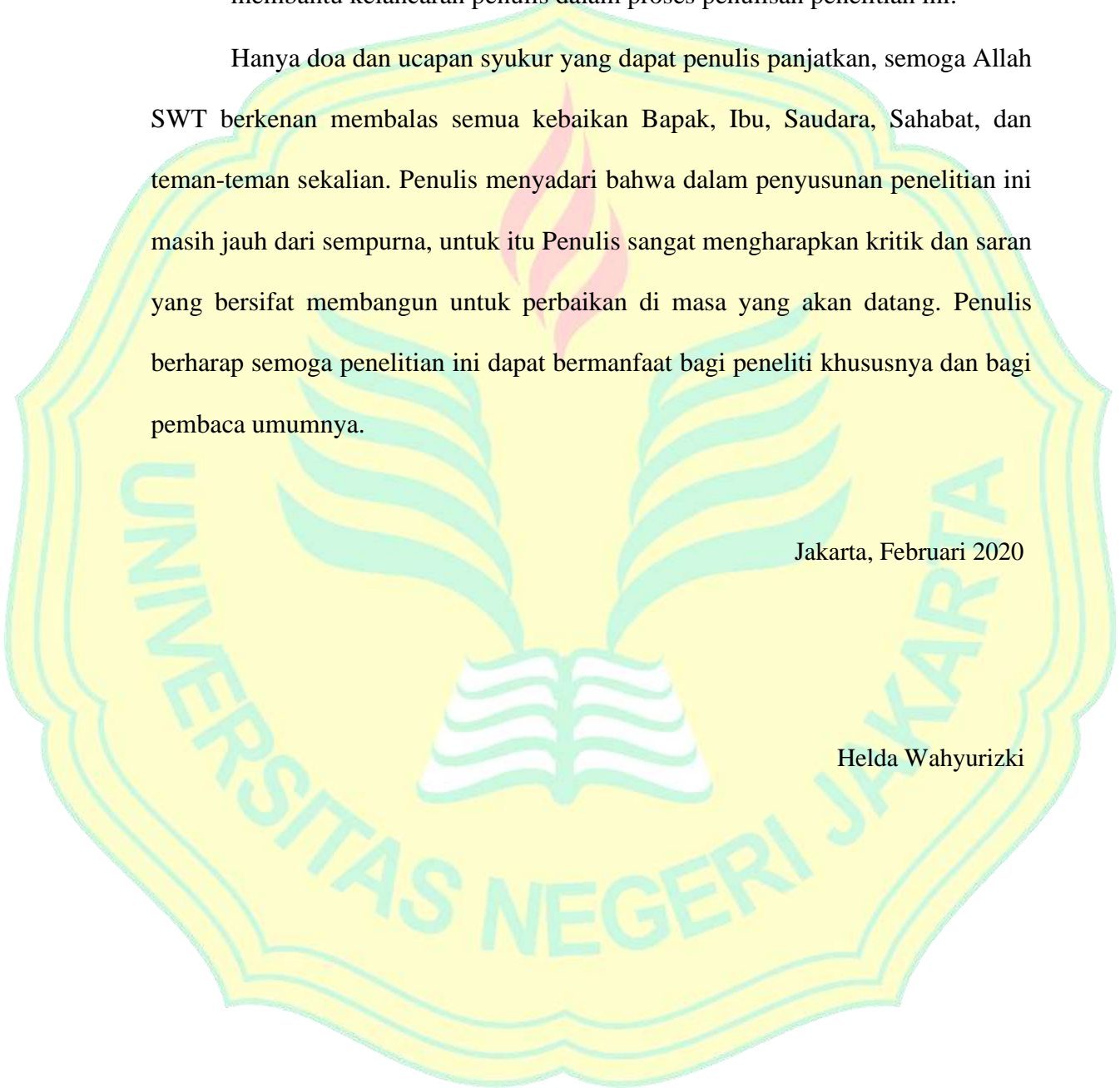
dukungan dan masukan serta doa yang selalu diberikan kepada Penulis selama ini;

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu kelancaran penulis dalam proses penulisan penelitian ini.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan, semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara, Sahabat, dan teman-teman sekalian. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Jakarta, Februari 2020

Helda Wahyurizki



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penelitian	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan penelitian.....	10
1.4 Kegunaan penelitian.....	10
BAB II	12
Telaah Pustaka dan Perumusan Hipotesis	12
2.1 Telaah Pustaka.....	12
2.1.1 Teori Perilaku Rencanaan (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	12
2.1.2 Niat Beli	13
2.1.3 Sikap.....	15
2.1.4 Nama merek	18
2.1.5 Pengaruh Sosial	21
2.1.6 Kepuasan pelanggan.....	24
2.2 Perumusan hipotesis.....	27
2.2.1 Variabel Sikap dan Niat Beli.....	27
2.2.2 Variable nama merek dan niat membeli.....	29
2.2.3 Variabel Pengaruh Sosial dan Niat Beli.....	31
2.2.4 Variabel Pengaruh Sosial dan kepuasan.....	33
2.2.5 Variabel Kepuasan dan Niat Beli	34
2.3 Model Empirik Penelitian	35
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38

3.1 Unit Analisis dan ruang lingkup penelitian	38
3.1.1 Objek penelitian	38
3.1.2 Jenis Penelitian	38
3.1.3 Sumber Data	38
3.2 Teknik Penentuan populasi dan sampel	40
3.2.1 Populasi dan Sampel	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4 Operasionalisasi Variabel penelitian	42
3.5 Metode Analisis	49
BAB IV	57
ANALISA DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Data Demografi Responden	57
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	59
4.2.1 Variabel Sikap	59
4.2.2 Variabel Nama Merek	60
4.2.3 Variabel Pengaruh Sosial	61
4.2.4 Variabel Niat Beli	63
4.2.5 Variabel Kepuasan Pelanggan	64
4.3 Uji Instrumen	65
4.3.1 Uji Validitas	65
4.3.2 Uji Reliabilitas	68
4.3.3 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)	69
4.4 Uji Kesesuaian Hipotesa	77
4.4.1 Pembahasan	79
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	89
KUESIONER PENELITIAN	95
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Hipotesis Penelitian.....	36
Tabel 2.	Operasionalisasi Variabel penelitian dan indikator penelitian.....	43
Tabel 3.	Goodness of fit Indices.....	55
Tabel 4.	Data Usia dan Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	57
Tabel 5.	Data Pekerjaan dan Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	58
Tabel 6.	Data Pendidikan Terakhir dan Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	59
Tabel 7.	Analisis Deskriptif Variabel Sikap.....	59
Tabel 8.	Analisis Deskriptif Variabel Nama Merek.....	61
Tabel 9.	Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Sosial.....	62
Tabel 10.	Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	63
Tabel 11.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan.....	64
Tabel 12.	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA).....	66
Tabel 13.	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 18.	Hasil Uji Kesesuaian model penelitian yang pertama.....	75
Tabel 19.	Hasil Uji Kesesuaian model penelitian yang kedua.....	77
Tabel 20.	Regression Weight.....	78

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Contoh merchandise yang dijual dalam pesawat.....	3
Gambar 2.	Contoh Katalog yang menampilkan merchandis.....	4
Gambar 3.	Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 4.	CFA Sikap.....	70
Gambar 5.	CFA Nama Merek.....	70
Gambar 6.	CFA Pengaruh Sosial.....	71
Gambar 7.	CFA Niat Beli.....	72
Gambar 8.	CFA Kepuasan.....	73
Gambar 9.	Model Pertama Setelah Dilakukan Penelitian.....	74
Gambar10	Model Kedua Setelah Dilakukan Penelitian.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Tabel Data Demografi.....	105
2	Respon Jawaban Responden.....	106
.3	Uji Validitas (KMO-MSA Test).....	110
4	Uji Reliabilitas.....	114
5	Uji Hipotesis.....	117

